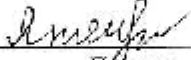


МИНИСТЕРСТВО ОБРАЗОВАНИЯ И НАУКИ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего профессионального образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ»
(ФГБОУ ВПО «КубГУ»)

Кафедра экономики и менеджмента

КУРСОВАЯ РАБОТА

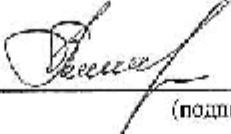
КОНКУРЕНЦИЯ – КЛЮЧЕВАЯ КАТЕГОРИЯ РЫНОЧНЫХ
ОТНОШЕНИЙ

Работу выполнил  Я. Г. Ткаченко
(подпись) (инициалы, фамилия)

Филиал ФГБОУ ВПО «КубГУ» в г. Армавире курс 1 ОФО

Направление 081100.62 Государственное и муниципальное управление

Научный руководитель
преподаватель  06.01.15 В. А. Бойцова
(подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Нормоконтролер
преподаватель  06.01.15 В. А. Бойцова
(подпись, дата) (инициалы, фамилия)

Краснодар 2015

СОДЕРЖАНИЕ

Введение.....	3
1 Теоретические основы существования конкуренции в рыночных условиях хозяйства.....	6
1.1 Характеристика и условия возникновения конкуренции.....	6
1.2 Виды и формы конкуренции в рыночных отношениях.....	9
1.3 Основные стратегии конкурентной борьбы.....	13
2 Современное состояние конкуренции в российской экономике.....	16
2.1 Специфика и развитие конкуренции в экономике России.....	16
2.2 Типы рыночных структур в экономике современной России.....	20
3 Проблемы и перспективы развития конкуренции в России.....	25
3.1 Анализ уровня монополизации современной экономики России.....	25
3.2 Антимонопольная политика и ее особенности в России.....	28
3.3 Влияние малого бизнеса на развитие конкуренции.....	31
Заключение.....	36
Список используемых источников.....	39

ВВЕДЕНИЕ

Главное место в рыночной экономике отводится свободе выбора. Производитель в праве свободно выбирать продукцию, а потребитель – приобретать товар. Но свобода выбора не сразу обеспечивает экономического успеха, так как он завоевывается в конкурентной борьбе. Конкуренция позволяет удовлетворять потребности людей и обеспечивать эффективное использование ограниченных ресурсов общества.

Конкуренция – это основа экономического развития, так как ядром конкуренции, является процесс инноваций, в результате которых появляются новые технологии, новые продукты, новые ресурсы, рынки, а также новые способы организации производства.

Конкуренция – это центр всей системы рыночного хозяйства, тип взаимоотношений между производителями для установления цен и объемов предложения товаров на рынке. Стимулом, который побуждает человека к конкурентной борьбе, является стремление превзойти других.

Конкурентная борьба за экономическое благо и выживание есть экономический закон рыночного хозяйства. Это борьба происходит среди продавцов, покупателей, а также между продавцами и покупателями. Продавцы хотят продать свои продукты подороже, но конкуренция вынуждает их сбывать свою продукцию дешевле, чтобы стимулировать покупательский спрос.

Конкуренция – двигатель экономического прогресса, так как рыночная борьба приводит к успеху, только если предприниматель заботится не только о сохранении, но и расширении своего производства, для чего стремится усовершенствовать технику и организацию, повышает качество товаров, снижает затраты на производство единицы продукции и тем самым имеет возможность снизить цены, расширяет ассортимент товаров, улучшает торговое и послеторговое обслуживание покупателей.

С переходом России к рыночной экономике роль конкуренции значитель-

но возросла. Чем ожесточеннее конкуренция на внутреннем рынке, тем лучше иностранные фирмы подготовлены к борьбе за рынок, и тем в более выгодном положении оказываются потребители на внутреннем рынке и по уровню цен, и по качеству продукции. Конкурентоспособный товар должен иметь такие уникальные свойства, которые будут его отличать от сходной продукции конкурентов.

Конкуренция лежит в сердце успеха или провала компаний. Именно она определяет оптимальность тех видов деятельности компании, которые могут способствовать эффективности ее деятельности.

Актуальность проблемы обусловлено тем, что в настоящее время конкуренция рассматривается как эффективное средство регулирования экономики, развития отраслей, так как позволяет координировать усилия субъектов рынка.

Целью данной курсовой работы является рассмотрение влияния конкуренции на развитие рыночной экономики и выявление, какую роль выполняет государство в поддержке развития конкурентных отношений в рыночной среде.

В соответствии с поставленной целью были выдвинуты задачи:

- рассмотреть теоретические основы существования конкуренции в рыночной экономике.
- показать саму суть конкуренции, ее виды и формы, а также какое влияние она оказывает на психологическое состояние производителей.
- рассмотреть состояние конкуренции в Российской экономике, а также ее специфику и развитие.
- проанализировать проблемы, с которыми сталкивается рыночная экономика при становлении конкуренции, а также какие меры предпринимает государство по регулированию данного вопроса.

Объектом изучения в рамках данной проблемы является конкуренция в рыночной экономике.

Предметом изучения являются конкуренция как одно из условий существования рыночных отношений.

Методологической базой выступают следующие методы научного позна-

ния: абстрактно-логические, математические, стратегические, балансовые выборки анализа и синтеза, сравнения, а также общенаучные методы.

При изучении поставленной цели использовались такие источники как Интернет, учебные пособия, нормативно-правовые акты.

Данная курсовая работа содержит: введение, три раздела основной части, заключение с выводами о проделанной работе, а также список использованных источников и литературы.

I Теоретические основы существования конкуренции в рыночных условиях хозяйства

1.1 Характеристика и условия возникновения конкуренции

Прежде чем рассмотреть воздействие конкуренции на рыночные отношения, необходимо раскрыть суть данного соперничества, его содержание, условия функционирования, а также формы проявления.

Конкуренция переводится с позднелатинского языка как «сталкиваться» и означает соперничество, борьбу за достижение лучших результатов на каком-либо поприще или борьбу за более выгодные условия производства и сбыта товаров; при капитализме конкуренция выражает борьбу между капиталистами за получение наивысшей прибыли. В современной экономике есть такое определение: «Конкуренция, с одной стороны, – это экономическая состязательность за достижение лучших результатов в области какой-либо деятельности, борьба товаропроизводителей за более выгодные условия хозяйствования, получение наивысшей прибыли. С другой стороны – элемент рыночного механизма, обеспечивающий взаимодействие рыночных субъектов в производстве и сбыте продукции, а также в сфере приложения капитала» [4, С.102].

Конкуренцией в Российской Федерации является состязательность хозяйствующих объектов, при которой их самостоятельные действия приведут к ограничению возможности каждого односторонне действовать на условия обращения товаров.

Конкуренция является одним из важных механизмов регулирования рыночной экономики, а также цивилизованной и легализованной формой борьбы за существование. Конкурентная борьба помогает производителям эффективно использовать ограниченные ресурсы.

Конкуренция отражает связь между производством и реализацией продукта. Закон конкуренции отражает причинно-следственную связь между воз-

возможностями создать продукт, необходимый потребителям, и возможностями реализовать его с выгодой прежде всего для покупателя, а потом уже для производителя.

Для определения содержания конкуренции необходимо рассмотрение условий её функционирования. Во-первых, конкуренция представляется как отношение между людьми, субъектами хозяйствования, рыночной системы, так как борьба не произойдет без наличия как минимум двух субъектов, в противном случае не будет места для конкуренции; во-вторых, отношения конкуренции вытекают из исходных отношений, отношений собственности; в-третьих, направленность и характер отношений конкуренции предопределяются основными отношениями, отношениями собственности; в-четвертых, ограниченность ресурсов и выборность действия и деятельности обуславливают содержание конкуренции.

Конкурентная борьба является неотъемлемой частью рыночных отношений. Она дает стимул на развитие не только экономики, но и самих работников, а также деятельность самостоятельных единиц. Через конкуренцию товаропроизводители способны контролировать друг друга, так как их борьба приводит к снижению цен, улучшению качества товара, уменьшению издержек.

Конкуренция – есть «невидимая рука», регулирующая все общественное хозяйство. Она служит для повышения эффективности, как экономической системы в целом, так и всех ее звеньев. Конкуренция является сильнейшим способом стимулирования работников и трудового коллектива. Экономическая свобода конкуренции в рыночной экономике помогает превосходить командно-административную, в которой конкуренции места нет.

Основные условия возникновения конкуренции:

1. Полная хозяйственная (экономическая) обособленность каждого товаропроизводителя;
2. Полная зависимость товаропроизводителя от конъюнктуры рынка;
3. Противостояние всем другим товаропроизводителям в борьбе за покупательский спрос [7, С.103].

Рассматривая конкуренцию, невозможно не сказать про ее положительные и отрицательные стороны.

К положительным чертам конкуренции относятся:

- улучшение качества товара
- снижение цен
- повышение спроса
- совершенствование техники и технологий на предприятии
- появление многообразия товаров и услуг
- улучшение обслуживания

К отрицательным чертам конкуренции относятся:

- банкротство предприятий
- появление безработицы

Конкуренция является необходимым и важнейшим элементом рыночного механизма хозяйствования, но характер и формы ее на различных рынках и в рыночных ситуациях неодинаковы. В условиях рыночной экономики конкуренция является важным механизмом экономических связей между производителями и потребителями. Так, если на рынок поставляется больше товаров, чем способны приобрести покупатели, то продавцы будут бороться за покупателя, снижая при этом цены. Если же на рынок будет доставлено меньше товаров, чем готовы приобрести покупатели, то последние будут соревноваться за продавца, способствуя тем самым росту цен.

С переходом России на рыночные методы хозяйствования роль конкуренции в экономической жизни общества значительно возросла. Но все равно, для создания полноценной конкурентной среды в России существовали препятствия – такие как монополия, несовершенство антимонопольного законодательства и многое другое.

Таким образом, хотя конкуренция и связана с определенными издержками (в частности, с усилением социально-экономической дифференциации в обществе), она обеспечивает немалый экономический эффект, стимулируя снижение цен, повышение качества и ассортимента выпускаемой продукции.

1.2 Виды и формы конкуренции в рыночных отношениях

Конкуренция начинает свое развитие еще с появления товарно-денежных отношений. Тогда существовала только одна модель рынка – это совершенная конкуренция. Так с развитием экономики появлялись и другие виды конкурентной борьбы, характеристика которых представлена в данном параграфе.

В современной экономической науке выделяют четыре вида конкуренции: совершенную (чистую) конкуренцию, монополистическую конкуренцию, олигополию и монополию. Для более точного представления моделей конкуренции, рассмотрим каждую из них. Характеристика основных моделей рынка представлена в таблице 1.2

Таблица 1.2 – Характеристика моделей рынка

Признаки модели рынка	Совершенная конкуренция	Несовершенная конкуренция		
		Монополистическая конкуренция	Олигополия	Монополия
Количество фирм	множество	много	несколько (2-5)	одна фирма
Тип продукции	Однородная, стандартизированная	Дифференцированная	Однородная или дифференцированная	Уникальная, однородная продукция
Степень контроля над ценой	Отсутствие контроля	Слабый, незначительный контроль	Частичный контроль	Высокая степень контроля
Условия вступления в отрасль	Ограничений нет, равный доступ к информации	Удовлетворительный доступ к информации	Ограниченный доступ на рынок и информацию	Доступ на рынок блокирован
Неценовая конкуренция	Отсутствует	Используются реклама, товарные знаки, товарные марки	Используется в значительной степени	Создание благоприятного имиджа фирмы

Совершенная, или свободная конкуренция появилась с началом развития рыночных отношений. Она характеризовалась небольшими размерами предприятий и многочисленностью производства. Такая конкуренция встречается довольно редко, но имеет большое значение. Для данного вида конкуренции

характерны следующие черты.

1. Большое число фирм. Основной чертой рынка совершенной конкуренции является наличие большого количества независимо действующих продавцов. Примером служат рынки сельскохозяйственной продукции, фондовая биржа и рынки иностранных валют. Конкурирующие фирмы производят однородную продукцию по одинаковой цене.

2. Отсутствие контроля над ценой продукции. В условиях чистой конкуренции каждая фирма производит настолько небольшую часть от общего объема производства, что уменьшение или увеличение выпуска не будет оказывать ощутимого влияния на общее предложение и цену продукта.

3. Свободный переход из отрасли в отрасль. Не существует законодательных, технологических, финансовых и других препятствий, которые могли бы помешать возникновению новых фирм и сбыту их продукции на конкурентных рынках.

4. Равный доступ к информации. Все продавцы имеют представление о ценах и возможной прибыли, так как по условиям свободной конкуренции спрос товара полностью зависит от цены.

5. Все фирмы, действуя независимо, но одновременно, могут повлиять, и действительно влияют на общий объем предложения и, следовательно, на рыночную цену. Если один производитель увеличивает или уменьшает выпуск, при неизменных объемах производства, у всех других конкурирующих фирм это не оказывает существенного влияния на общий объем предложения и рыночную цену.

6. Кривая спроса на продукцию фирмы является в то же время кривой дохода. Цена за единицу продукции пропорциональна доходу от этой единицы продукции (среднему доходу продавца) [5, С.173].

Монополистическая конкуренция является самой распространенной в современной экономике, так как имеет большое количество мелких фирм, которые производят разнородную продукцию и имеют ограниченное право контроля над ценой. Монополистическая конкуренция имеет следующие черты.

1. Относительно большое количество фирм, выпускающих дифференцированную продукцию. Они имеют ограниченный контроль над ценой, так как обладают небольшой долей рынка.

2. Дифференциация продукции. В отличие от рынка совершенной конкуренции, монополистическая предполагает рынок разнородной продукции. При этом дифференциация может принимать разные формы: товар может различаться по физическим или качественным параметрам; материалом, функциональными особенностями, а также доступностью.

Олигополия определяет рыночную структуру, при которой небольшое количество крупных фирм монополизировало производство и сбыт продукции в определенной отрасли. Происходит сговор между данными фирмами, тем самым обеспечивая взаимный контроль над ценой, а вход на такой рынок становится затруднительным. При олигополии действия одной из фирм повлекут за собой ответную реакцию других конкурирующих с ней фирм.

Примером данной конкуренции можно считать производство спортивных товаров торговых марок, таких как «Nike», «Adidas», «Puma» и другие.

Олигополия имеет следующие характерные черты:

1. Малое число фирм и большое число покупателей. Это означает, что объем рыночного предложения находится в руках нескольких крупных фирм, которые реализуют продукт многим мелким покупателям.

2. Дифференцированная или стандартизированная продукция. В теории удобнее рассматривать однородную олигополию, однако если отрасль производит дифференцированную продукцию и имеется множество субститутов, то это множество субститутов можно анализировать как однородный агрегированный продукт.

3. Наличие существенных препятствий входа на рынок, т.е. высокие барьеры входа на рынок.

4. Фирмы в отрасли признают свою взаимозависимость, поэтому контроль за ценами ограничен [8, С.149-150].

В условиях олигополистической конкуренции применяется множество

стратегий ценообразования.

1. **Лидерство в ценах.** При данной модели фирмы координируют свои решения посредством молчаливого согласия следовать за лидером. На взаимозаменяемую продукцию устанавливается единая цена, но если продукция близка по параметрам друг к другу, то в ценах возможны некоторые различия.

2. **Тайный стовор.** Данная модель предусматривает ситуацию, при которой фирмы производят соглашение в установлении цен и объемов продаж.

3. **Принцип «издержки-плюс».** Модель, связанная с планированием выпуска и прибыли, при которой цена на продукцию устанавливается по принципу: средние издержки плюс прибыль, исчисленная как процент от уровня средних издержек.

4. **Ломанная кривая спроса.** Модель, в которой анализируется реакция олигополиста на изменение поведения их конкурента. Существует два вида реакции участников рынка на изменение цен. В первом случае при повышении или снижении цены фирмой конкуренты могут оставить без внимания ее действия и сохраняют прежний уровень цен. Во втором случае конкуренты могут следовать за фирмой олигополистом, изменяя цены в ту же сторону.

Монополия – это вид конкуренции, при которой на рынке существует одна фирма, которая сосредотачивает в своих руках все производство. Единственный продавец гарантирует уникальность своей продукции, поэтому сам устанавливает и регулирует цену на товар. На данном рынке существует однородная продукция, для продвижения которой производитель использует также и неценовую политику, такую как рекламу, связь фирмы с общественными организациями (благотворительность), дополнительный сервис. Вход на данный рынок является затруднительным, так как среди фирм-монополистов существует жесткая конкуренция [5, С.174].

Монополия имеет как положительные, так и отрицательные стороны. К положительным чертам относится то, что крупное производство дает возможность сокращения издержек и экономии ресурсов, а с другой стороны способствует увеличению цен на производство и снижению его качества, в итоге при-